

## რე|ბანკის შესახებ

რე|ბანკი არის პაშა ბანკის შვილობილი ბრენდი საცალო საბანკო მიმართულებით. რე|ბანკი 2019 წლის აგვისტოდან ოპერირებს საქართველოს ბაზარზე. მისი მიზანია, გაამარტივოს და ახლებურად წარმოაჩინოს ყოველდღიური საბანკო გამოცდილება.

## ბრენდის სასაუბრო ენა და ხასიათი

რე|ბანკი საუბრობს პირდაპირ, თამამად და ზრდილობიანად: ამბობს სიმართლეს, რადგან დასამალია არაფერია - მას მართლა ძალიან კარგი საბანკო შეთავაზებები აქვს. რე|ბანკის საუბარი არის გამჭვირვალე და ლაკონური: მისი პროდუქტები ლაპარაკობენ მის მაგივრად. ადამიანებს არასაჭირო ინფორმაციით არ აწუხებს, რადგან სიმართლე ყველაფერს ჯობია, რე|ბანკი კი მარტივია.

რე|ბანკი არის შემსრულებელი, სანდო, პროაქტიული: ის არ იძლევა დაპირებებს, ის აკეთებს განაცხადს

არქეტიპი: Magician - Finding win-win solutions

Motto: "I make things happen"

## პროდუქტები

რე|ბანკის პროდუქტებია: რეფინანსირების სესხი, რე|ბანკის სესხი, ანაბარი და მთავარი პროდუქტი - ტოპ|ქარდი.

**ტოპ|ქარდი** პირველი BNPL (Buy Now Pay Later) ტიპის პროდუქტია საქართველოში. ტოპ|ქარდის განმასხვავებელი ნიშანი არის ის რომ მის მიერ გადახდილი თანხების გადანაწილება შესაძლებელია თვეებზე, ეფექტურ 0%-ად რე|ბანკის 2500-ზე მეტ მეგობარ მაღაზიაში.

ტოპ|ქარდის სლოგანია 'იყიდე ახლა, გადაიხადე მერე', რომელიც გამოიყენება ბარათის ყველა კომუნიკაციაში.

**ტოპქარდის სამიზნე აუდიტორია:** ტოპ ქარდის სამიზნე აუდიტორია არიან 25-45 წლის მამაკაცები და ქალები, მცხოვრები საქართველოს მსხვილ ქალაქებში, ძირითადად თბილისში. მათთვის ტოპქარდი არის ახალი სახის პროდუქტი, მეგობრული და მხიარული ბანკისგან რომელიც ეხმარებათ როგორც ყოველდღიური, ისე მსხვილი შენაძენების ყიდვაში.

## სააგენტოს დავალება და ჩვენი მოლოდინი

ტოპქარდის კომუნიკაციის ძირითადი ფოკუსი ბარათის ახალი და არსებული მომხმარებლებისთვის შექმნილი კომერციული წინადადებებია. ჩვენ ვეძებდით ისეთ საკომუნიკაციო საბაზს, სადაც მეტს მოვუყვებით მომხმარებელს ჩვენი ბრენდის ფასეულობების შესახებ, შევქმნით ემოციურ ბმას ჩვენს მომხმარებელთან, ასეთ საბაზად ავირჩიეთ 3 მარტი, დედის დღე.

ჩვენ გვინდა დავგეგმოთ მინი საკომუნიკაციო კამპანია დედის დღესთან დაკავშირებით. კამპანია უნდა იყოს ემოციური და არ მოიცავდეს კომერციულ შეთავაზებას.

კამპანიის ფოკუსში უნდა იყოს როგორც ზოგადად რე|ბანკის ბრენდი, ისე კონკრეტულად რე|ბანკის ტოპქარდი.

კამპანიის მიზანი მეტწილად რე|ბანკის ცნობადობის გაზრდა და დადებითი იმიჯის შექმნაა; მისი, როგორც სანდო, მეგობრული ბრენდის წარმოჩენა, რომელიც გაძლევს საშუალებას აიხდინო და აუხდინო სურვილები შენთვის ძალიან ძვირფას ადამიან(ებ)ს.

კამპანიის კონცეფცია უნდა მოიცავდეს: კამპანიის ძირითად იდეას და გზავნილს, key visual-ის მონახაზს და საკომუნიკაციო არხებში კამპანიის გაშლის გეგმას. შეთავაზებული კამპანია უნდა იყოს განხორციელებადი ქვემოთ მოცემული ვადების და ბიუჯეტის ფარგლებში.

## ბიუჯეტი და მოწოდების ვადა

იდეების მოწოდების ვადაა 8 თებერვალი. კამპანიის ჩაშვების პერიოდი 20 თებერვლის კვირაა, შესაბამისად კამპანიის კონცეფცია უნდა ითვალისწინებდეს მისი შესრულებისთვის საჭირო ვადებსაც.

## კომენტარები

მზად ვართ შევხედეთ მონაწილე სააგენტოებს და გავიაროთ დეტალები.